



**Tui (Pontevedra) · Miércoles 22 Abril, 2026**

**Sesión formativa presencial (II de II)** para empresas turísticas del territorio del Río Miño

# MÓDULO II · TURISMO CULTURAL: APLICACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Formadora: Maite Vence · Directora de Observer



Cofinanciado por la Unión Europea  
Cofinanciado pela União Europeia

España - Portugal

[VISIT\\_RIO\\_MINHO\\_PLUS](https://www.visit-rio-minho-plus.com)



comunidade intermunicipal do miño-lima



Universidade de Vigo





Escanea el código para acceder la lista de asistencia



## Maite Vence

Directora de **ObserverScienceTourism.com**

Consultora, divulgadora y editora de guías de viaje con más de quince años de experiencia en turismo científico, sostenible e interpretación del patrimonio.

Fundadora y directora de **ObserverScienceTourism.com**, una certificación de calidad y **plataforma especializada en turismo científico**, dedicada a la creación de experiencias, contenidos y destinos que integran ciencia, cultura y territorio.

Consultora en **proyectos internacionales en Brasil, Cabo Verde, Italia, Argentina.**

## Formación Académica

Licenciada en **Economía** por la **Universidad de Santiago de Compostela** y la **Università di Pisa**, cuenta con posgrados en **Comunicación Audiovisual** y **Economía de la Innovación por la Universidad de Santiago de Compostela**. Inició su etapa investigadora en el grupo ICEDE de la USC, centrándose en economía de la cultura y desarrollo territorial.



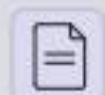
### Gestión de Proyectos

Desde **FAZ Cultura e Desenvolvimento S.L.**, consultora que también dirijo, coordino proyectos para diversas administraciones públicas como la **Deputación da Coruña**, **Deputación de Lugo**, **Xunta de Galicia**, **Diputación de Zaragoza**, etc.



### Turismo Sostenible y Divulgación

Dirección de proyectos vinculados al **turismo sostenible** y a la **divulgación científica y ambiental**, incluyendo el **Plan de Rutas Sostenibles en la Comarca del Eume**, programas de formación de **Guías-Intérpretes del Geoparque Cabo Ortegal**, y el proyecto **"A Mariña Lucense de Ornitología"**. También coordino un **programa de investigación escolar** sobre **cambio climático** en Institutos de secundaria.



### Publicaciones y Medios

Publicación y coordinación de más de veinte **guías de naturaleza y divulgación científica**. Colaboración con medios de comunicación como **La Voz de Galicia**, **GCiencia**, **Quo** o **Diario de León**. Autora del libro juvenil **"Estrelas Galegas da Ciencia"** de **Hercules Ediciones**.



### Innovación y Mentorship

Desarrollo de **planes estratégicos de turismo sostenible y vitivinícola**. Mentora en programas de innovación turística como **TurisLab Galicia** (Xunta de Galicia).

# Índice

0

---

1  
**Introducción**

Del concepto a la práctica en el territorio

0

---

2  
**Del recurso a la experiencia**

Fases del proceso turístico cultural

0

---

3  
**Territorios rurales**

Ventajas y oportunidades para el turismo cultural

0

---

4  
**Territorios fluviales**

El río como eje cultural y su potencial turístico

0

---

5  
**El Río Miño**

Destino transfronterizo y patrimonio compartido



# Introducción

En esta segunda parte del módulo pasamos del concepto a la práctica. Si en la primera presentación analizamos qué es el turismo cultural y por qué es importante para destinos como el Río Miño, ahora nos centramos en **cómo aplicarlo realmente en el territorio.**

## Oportunidades

Qué oportunidades tienen los territorios rurales para desarrollar turismo cultural

## Territorios fluviales

Qué características específicas tienen los territorios fluviales como el Río Miño

## Sostenibilidad

Cómo desarrollar turismo cultural sin generar impactos negativos sobre el patrimonio o la comunidad

# Objetivos de esta sesión

1

## Territorios rurales

Comprender por qué los territorios rurales tienen condiciones especialmente favorables para el desarrollo del turismo cultural.

2

## Potencial fluvial

Analizar el potencial específico de los territorios fluviales, donde el río actúa como eje cultural que conecta paisajes, tradiciones e historias.

3

## Buenas prácticas

Conocer ejemplos de buenas prácticas en la gestión del patrimonio cultural para identificar ideas aplicables en el territorio.

4

## Sostenibilidad

Reflexionar sobre la gestión de impactos y la sostenibilidad del turismo cultural para que el desarrollo no perjudique al patrimonio ni a las comunidades.



# Preguntas de Diagnóstico Inicial

Antes de comenzar, reflexionemos sobre nuestra experiencia y conocimiento del territorio.

# ¿Qué pensáis sobre el turismo cultural?

## Actividades y experiencias

Cuando pensáis en turismo cultural, ¿qué tipo de actividades o experiencias os vienen primero a la cabeza?

## Patrimonio del Río

### Miño

¿Creéis que el territorio del Río Miño tiene suficiente patrimonio cultural para atraer visitantes interesados en la cultura? ¿Por qué?

## Vuestra empresa

¿Alguna de vuestras empresas ofrece actualmente experiencias relacionadas con la cultura local?

# ¿Qué buscan los turistas?

## Motivaciones del visitante

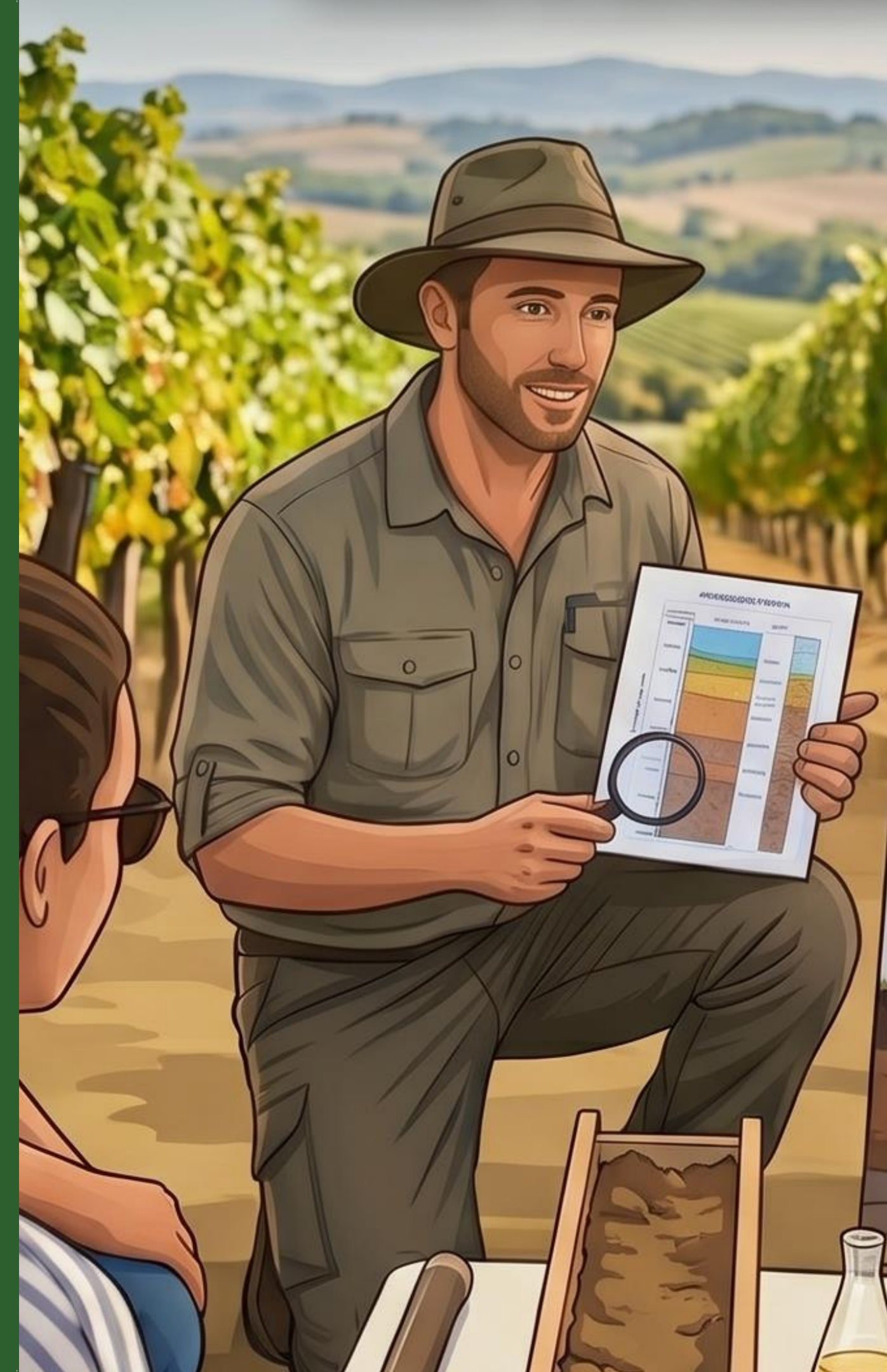
¿Qué creéis que buscan realmente los turistas cuando visitan territorios rurales como el Río Miño?

## Dificultades

¿Qué dificultades encontraréis para transformar los recursos culturales del territorio en experiencias turísticas?

## Lo único del Miño

Si un visitante os preguntara qué hace único al territorio del Río Miño desde el punto de vista cultural, ¿qué tres cosas destacaríais?



# Capítulo 01

Del Recurso Cultural a la  
Experiencia Turística.

## VISITA CONVENCIONAL

Recorrido y Degustación



**EL PRODUCTO ES EL MISMO.  
LA EXPERIENCIA ES DIFERENTE.**

SALES CON UNA HISTORIA QUE CONTAR Y QUE CONVIERTE CADA COPA FUTURA EN UNA EXPERIENCIA DIFERENTE.

## EXPERIENCIA DE TURISMO CIENTÍFICO

En el Viñedo: Suelo, Clima & Levaduras



## OBSERVACIÓN DE AVES CONVENCIONAL

Identificación de Especies



**IDENTIFICAR UNA ESPECIE ES SÓLO EL COMIENZO.  
ENTENDER SU ROL ES EL VERDADERO DESCUBRIMIENTO.**

COMPORTAMIENTOS, RUTAS MIGRATORIAS, RELACIONES ECOLÓGICAS. LO QUE DICE SU PRESENCIA O AUSENCIA SOBRE EL ESTADO DEL TERRITORIO. MÁS INTERESANTE DE ESCUCHAR.

## EXPERIENCIA DE TURISMO CIENTÍFICO

Comportamientos, Ecología y Estado del Territorio



## MIRADOR CONVENCIONAL

Solo Vistas



## MIRADOR CON INTERPRETACIÓN GEOLÓGICA

Un Viaje en el Tiempo  
(Millones de Años)



**LA GEOLOGÍA CONVIERTE CUALQUIER PAISAJE EN UN ARCHIVO. UN MIRADOR CON INTERPRETACIÓN GEOLÓGICA OFRECE TIEMPO**

CAPAS DE ROCA QUE SON PÁGINAS DE UNA HISTORIA DE MILLONES DE AÑOS, VALLES EXCAVADOS POR GLACIARES, COSTAS FORMADAS POR VOLCANES EXTINTOS. UNA HABILIDAD POTENTE DEL TURISMO CIENTÍFICO BIEN DISEÑADO.

## LA OBSERVACIÓN ASTRONÓMICA

### UNA NOCHE DE ESTRELLAS CONVENCIONAL

Señala Constelaciones



### UNA EXPERIENCIA DE TURISMO CIENTÍFICO

Escala del Tiempo y Preservación



**EL CIELO ES EL MISMO. LA NARRATIVA HACE QUE EL RECURSO SEA IRREPETIBLE.**

ESCALA DEL TIEMPO, VELOCIDAD DE LA LUZ, PRESERVACIÓN. UN RELATO QUE CONVIERTE EL CIELO RURAL EN UN TESORO.

# El proceso completo para crear experiencias turísticas

*Cuatro fases. Ninguna opcional. Todas en orden.*

**01**

IDENTIFICAR

*¿Qué tenemos?*

**02**

INTERPRETAR

*¿Qué significa?*

**03**

TRANSFORMAR

*¿Cómo se vive?*

**04**

GESTIONAR

*¿Cómo se sostiene?*

## Para el Río Miño

Los recursos están. La lamprea, los viñedos, el contrabando, las aldeas ribereñas, los caminos históricos. Lo que falta en muchos casos es recorrer el proceso completo: inventariar con rigor, interpretar con criterio, transformar en producto reservable y gestionar con límites claros.

*Tener patrimonio no es suficiente. Hay que recorrer un proceso.*

# 01

## IDENTIFICAR

*El territorio tiene que conocerse a sí mismo antes de presentarse al mundo.*

## ¿Qué significa identificar?

Hacer un inventario real de todo lo que forma parte de la identidad cultural local. No solo los monumentos obvios: también la gastronomía, los oficios, las formas de vida, el paisaje construido y las historias orales.

### En el Miño

- Las técnicas de pesca de la lamprea
- Los viñedos en terrazas y las bodegas familiares
- Los caminos históricos que bordean el río
- Las historias del contrabando fronterizo
- Las aldeas ribereñas y su arquitectura de piedra

*Sin inventario no hay experiencia coherente. No puedes vender lo que no sabes que tienes.*

# 02

## INTERPRETAR

*La interpretación no inventa nada: selecciona, ordena y da significado.*

### ¿Qué significa interpretar?

Transformar un elemento patrimonial en una historia comprensible y emocionalmente conectada con el visitante. Responde a la pregunta que el visitante nunca formula en voz alta:

#### *¿Por qué debería importarme esto?*

#### En el Miño

Un puente medieval → *historia de los que cruzaban de noche*

Una técnica de pesca → *el vínculo de la comunidad con el agua*

Una bodega familiar → *tres generaciones y la relación con el río*

Una romería → *la identidad colectiva que sobrevive al tiempo*

*Sin interpretación, el recurso cultural pierde la mayor parte de su valor turístico.*

# 03

## TRANSFORMAR

*El visitante no quiere observar. Quiere participar.*

## ¿Qué significa transformar?

Diseñar una experiencia estructurada en la que el visitante vive el patrimonio de forma activa. Toda experiencia bien diseñada tiene tres momentos: un inicio que sitúa, un desarrollo que hace participar, y un cierre que deja algo.

### En el Miño: de observar a participar

Ver cómo se pesca la lamprea



Aprender la técnica con el pescador

Visitar una bodega



Participar en la vendimia con el productor

Escuchar la historia del contrabando



Recorrer la ruta nocturna por el río

Conocer la gastronomía



Cocinar el plato con quien lo hace de verdad

*Muchos recursos del Miño existen pero no están operativizados. Nadie ha dado el paso de convertirlos en producto reservable.*

# 04

## GESTIONAR

*El turismo que no se gestiona bien destruye lo que tiene que vender.*

## ¿Qué significa gestionar bien?

Garantizar que el turismo contribuya a la conservación del patrimonio en lugar de dañarlo. Tres principios que no son opcionales:

### CONSERVACIÓN

Los ingresos turísticos deben financiar la preservación del patrimonio. Sin ese vínculo, el turismo consume el recurso sin contribuir a mantenerlo.

### COMUNIDAD

Los beneficios económicos tienen que revertir en el territorio. Proveedores locales, guías locales, protagonistas locales. No decorado: actores.

### LÍMITES

Cada recurso tiene una capacidad de carga. Superarla deteriora el patrimonio y destruye la calidad de la experiencia. Mejor anticipar que remediar.

*Esta fase es la que más se omite. Y es la condición sin la cual todo lo anterior tiene fecha de caducidad.*

# 01

## IDENTIFICAR E INTERPRETAR

Capítulo 1 · 35-40 min  
Fases 1 y 2 en la práctica

10 min · Individual

20 min · Grupal

5 min · Cierre

### FASE INDIVIDUAL – cada uno solo

Escribe 5 recursos culturales de tu entorno inmediato – no solo los obvios

Para cada uno, una frase: ¿por qué debería importarle esto a un visitante?

### FASE GRUPAL – todos juntos

Poned en común todos los recursos

El grupo vota y elige los 3 recursos más potentes (mejor respuesta al ¿por qué importa?)

De esos 3, la formadora elige 2 que se convertirán en las experiencias del día

*Busca un recurso gastronómico/productivo y uno histórico/narrativo – así los perfiles quedan bien repartidos.*

# Capítulo 02

## Turismo Cultural en Territorios Rurales



# Capítulo 02

## Turismo Cultural en Territorios Rurales

*¿Por qué los territorios rurales tienen condiciones únicas para el turismo cultural? Y ¿cuál es el modelo económico que les conviene?*

01 Ventajas específicas del rural

02 Cultura viva (recordatorio)

03 Modelo de valor vs. volumen

← Del lunes

# Lo que ya sabemos sobre autenticidad y cultura viva

El lunes establecimos que los territorios rurales tienen algo que los grandes destinos urbanos no pueden ofrecer. No hace falta repetirlo en detalle – solo tenerlo presente como base.

## AUTENTICIDAD

Las tradiciones y formas de vida del Miño existen con independencia del turismo. Eso es lo que las hace auténticas.

## CULTURA VIVA

La lamprea, los viñedos, las romerías, los oficios fluviales. No están en un museo: están en la vida cotidiana.

## ESCALA HUMANA

Experiencias cercanas, relaciones directas entre visitantes y residentes. Imposible de replicar en un destino masivo.

*Hoy añadimos la capa que faltaba el lunes: por qué esto tiene sentido como modelo de negocio y qué lo hace diferente del turismo masivo.*

## Cuatro condiciones que los grandes destinos no pueden copiar

**01**

**AUTENTICIDAD**

*Cultura real, no  
representación*

**02**

**ESCALA HUMANA**

*Relaciones directas,  
experiencias cercanas*

**03**

**DIVERSIDAD**

*Patrimonio, gastronomía,  
paisaje, tradición*

**04**

**SIN SATURACIÓN**

*Tranquilidad como ventaja  
competitiva*

*Estas ventajas son exactamente lo que el turismo urbano y masivo no puede ofrecer. Y son lo que busca el turista cultural.*

03

## DIVERSIDAD

*El Miño concentra en un espacio reducido una variedad que muchos destinos quisieran tener.*

## Recursos en el Río Miño

### Paisaje fluvial

Aldeas ribereñas, embarcaciones tradicionales, técnicas de pesca que reflejan siglos de relación con el río.

### Gastronomía

La lamprea y los vinos locales: identidad gastronómica única, fuertemente vinculada al territorio.

### Historia transfronteriza

Dos culturas, un río. El carácter fronterizo genera un relato turístico que no existe en ningún otro lugar.

### Patrimonio arquitectónico

Puentes medievales, molinos de agua, arquitectura de piedra adaptada al entorno fluvial.

# 04

## SIN SATURACIÓN

*El viajero actual busca lo que el Miño ya tiene: espacio, tranquilidad y contacto auténtico.*

## Una ventaja competitiva real

Los territorios rurales tienen una menor presión turística. Eso permite un turismo más tranquilo y de mayor calidad. Muchos viajeros actuales valoran especialmente esto y buscan destinos donde puedan descubrir la cultura local sin prisas.

### El viajero de hoy busca

- Tranquilidad y espacio para disfrutar sin aglomeraciones
- Contacto auténtico con la cultura y las personas del territorio
- Experiencias sin masificación ni itinerarios prefabricados
- Conexión real con la naturaleza y el entorno fluvial

*La tranquilidad no es una carencia. Es el producto.*

# No es lo mismo atraer más que atraer mejor

	TURISMO MASIVO	TURISMO CULTURAL RURAL
Volumen de visitantes	Alto	Menor, más selecto
Gasto por persona	Bajo	El doble de media
Infraestructura necesaria	Grande y costosa	Ligera, escalable
Riesgo de saturación	Muy alto	Controlable
Distribución de beneficios	Concentrada	Distribuida en el territorio
Sostenibilidad	Difícil a largo plazo	Viable si se gestiona bien

# El modelo

MENOR VOLUMEN  
MAYOR VALOR

*Un argumento económico, no solo ético.*

## ¿Por qué este modelo interesa a las empresas?

El turismo cultural rural busca turistas interesados en experiencias auténticas, dispuestos a pagar más por actividades de calidad. Este modelo genera ingresos económicos sin necesidad de grandes infraestructuras ni de una presión turística excesiva.

**40%**

del turismo mundial  
tiene motivación cultural

**2x**

más gasto por persona  
que el turista  
convencional

**70%**

valora la autenticidad  
como factor decisivo

*No hace falta llenar el territorio. Hace falta atraer al turista que lo merece y que paga por ello.*

# Lo que se lleva el Miño de este capítulo

*Cuatro ventajas reales. Un modelo económico diferente. Una oportunidad sin explotar.*

## AUTENTICIDAD

Las tradiciones del Miño no están diseñadas para el turismo. Por eso son auténticas.

## DIVERSIDAD

Lamprea, vinos, contrabando, aldeas ribereñas. Recursos para perfiles de visitante muy distintos.

## SIN SATURACIÓN

La tranquilidad no es una limitación del destino. Es su propuesta de valor diferencial.

## MAYOR VALOR

Menos visitantes, mayor gasto, beneficios distribuidos en el territorio. El modelo que os conviene.

## Para el Río Miño

El territorio ya tiene las cuatro ventajas. Lo que falta en muchos casos es reconocerlas, comunicarlas y construir un modelo de negocio que las aproveche. Eso es lo que estamos haciendo hoy.

# 02

## PERFIL Y ARGUMENTO DE VALOR

Capítulo 2 · 30-35 min  
¿A quién va dirigida  
y por qué el Miño?

5 min · Arranque

20 min · En equipo

10 min · Puesta en común

**ARRANQUE** – dos equipos de 3, cada uno trabaja una experiencia

**TRABAJO EN EQUIPO** – responded por escrito estas tres preguntas

### 01 ¿A quién va dirigida?

Describid al visitante concreto: de dónde viene, qué busca, qué no encontraría en un destino masivo.

### 02 ¿Por qué el Miño y no otro destino?

El argumento de autenticidad y singularidad. ¿Qué tiene esta experiencia que sea irrepetible aquí?

### 03 ¿Cuánto pagaría este visitante y por qué?

El turista cultural gasta el doble. ¿Qué justifica ese precio en vuestra experiencia?

*La pregunta del precio activa mucho debate. Si el grupo está vivo, déjala correr – es uno de los momentos más útiles.*

# Capítulo 03

## Potencial de los Territorios Fluviales

*El río no es solo agua ni solo naturaleza. Es historia acumulada durante siglos.*



### Águila Imperial

Águila imperialca varrocs comeniatur  
imperial com viiltisi nrodsrrroper  
cepemarra ttreno  
cam

# Capítulo 03

## Potencial de los Territorios Fluviales

*El río no es solo agua ni solo naturaleza. Es historia acumulada durante siglos.*

### El río como eje cultural

Los ríos han sido durante siglos mucho más que recursos naturales. En el Miño, cada orilla guarda capas de historia que el turista puede aprender a leer.

#### Terrazas de cultivo

La fertilidad de las riberas transformada por generaciones de agricultores en paisaje cultural.

#### Molinos de agua

Infraestructuras históricas que aprovechaban la energía del río. El primer motor industrial de las aldeas.

#### Puentes históricos

Puntos de cruce con siglos de historia. Escenario de comercio, conflicto y convivencia transfronteriza.

#### Caminos tradicionales

Rutas históricas que seguían el río y que hoy pueden convertirse en itinerarios culturales.

# La combinación naturaleza + cultura es una ventaja que los destinos urbanos no pueden copiar

## Cultura del agua en el Miño

### Pesca ancestral

Técnicas fluviales transmitidas durante generaciones con alto valor etnográfico.

### Gastronomía fluvial

La lamprea como símbolo cultural. Identidad gastronómica única e irrepetible.

### Celebraciones del agua

Festividades y ritos vinculados al río que forman parte de la identidad colectiva.

## Experiencias posibles en el Miño

Rutas históricas interpretativas por el río

Paseos en embarcaciones tradicionales con relato

Degustaciones gastronómicas fluviales (lamprea, vinos)

Actividades educativas sobre el ecosistema fluvial

Rutas del contrabando fronterizo al anochecer

*El Miño no compite con la costa ni con la ciudad. Ofrece algo diferente: naturaleza con historia. Eso no se replica.*

# 03

## EL RÍO Y LOS RECURSOS

Cap 3 + Cap 4 · 45-50 min  
Construimos el relato  
y los momentos clave

30 min · En equipo

15 min · Presentación

TRABAJO EN EQUIPO – mismos equipos, mismas experiencias – responded estas 5 preguntas

### 01 ¿Cuál es la historia que contáis?

Una o dos frases desde el punto de vista del visitante. No 'visita a una bodega', sino la historia de por qué esa bodega existe aquí.

### 02 ¿Cómo aparece el río?

Como escenario, historia, ingrediente o ruta. El Miño tiene que estar presente de alguna forma.

### 03 ¿Qué momento hace participar activamente al visitante?

No observar: hacer. ¿Qué hace el visitante con sus manos, su cuerpo o su voz?

### 04 ¿Qué recurso del Miño es el protagonista?

Lamprea, vinos, contrabando, patrimonio material. ¿Cuál ancla la experiencia y por qué es irrepetible aquí?

### 05 ¿Quién del territorio participa?

Un productor, pescador, persona mayor, artesano. Ponerle nombre o perfil concreto.

*Pregunta de moderación si el debate se estanca: ¿esto podría pasar en otro río, o solo puede pasar aquí?*



# Capítulo 04

**El Río Miño: Destino  
Transfronterizo**

# El Río Miño no separa dos países. Los une.

← *Del lunes: identidad cultural del Miño*

El lunes establecimos que el Miño es un territorio transfronterizo con una identidad cultural muy fuerte. Hoy añadimos el argumento clave: esa dualidad no es una complicación administrativa. Es el relato turístico.

## GALICIA

Vinos Rías Baixas · Pesca de la lamprea · Arquitectura románica · Lengua gallega · Romerías populares

## PORTUGAL (NORTE)

Vinhos Verdes · Gastronomía atlántica y fluvial · Patrimonio de Valença y Monção · Lengua portuguesa · Tradiciones festivas

## RECURSOS DEL MIÑO

*No son solo productos ni historias. Son experiencias construibles.*

# Tres recursos únicos e irrepetibles

## La lamprea

*Símbolo cultural, no solo gastronómico*

Técnicas de pesca transmitidas desde hace siglos. Una experiencia en torno a la lamprea combina pesca, historia y cocina fluvial en una sola visita.

## Los vinos del Miño

*Territorio, historia y familia en una copa*

Viñedos en terrazas, bodegas familiares, relato cultural profundo. El vino aquí no es solo producto: es la historia de tres generaciones y la relación con el río.

## Las historias de contrabando

*El patrimonio más inesperado del Miño*

Contrabandistas que cruzaban el río de noche, relaciones humanas a ambos lados de la frontera. Un relato histórico fascinante que conecta emocionalmente con cualquier visitante.

# PATRIMONIO MATERIAL

*Lo que se puede ver, tocar y recorrer.*

El punto de partida para cualquier experiencia cultural es el recurso tangible. El Miño tiene una densidad patrimonial extraordinaria a lo largo de todo su recorrido.

*Todo está aquí.  
Falta interpretarlo  
y operativizarlo.*

## El patrimonio material del Río Miño

### Arquitectura defensiva

Fortalezas, torres medievales y murallas que controlaban el paso fronterizo entre Galicia y Portugal.

### Patrimonio religioso

Iglesias románicas, capillas, cruceiros y monasterios que jalonan ambas orillas del río.

### Puentes históricos

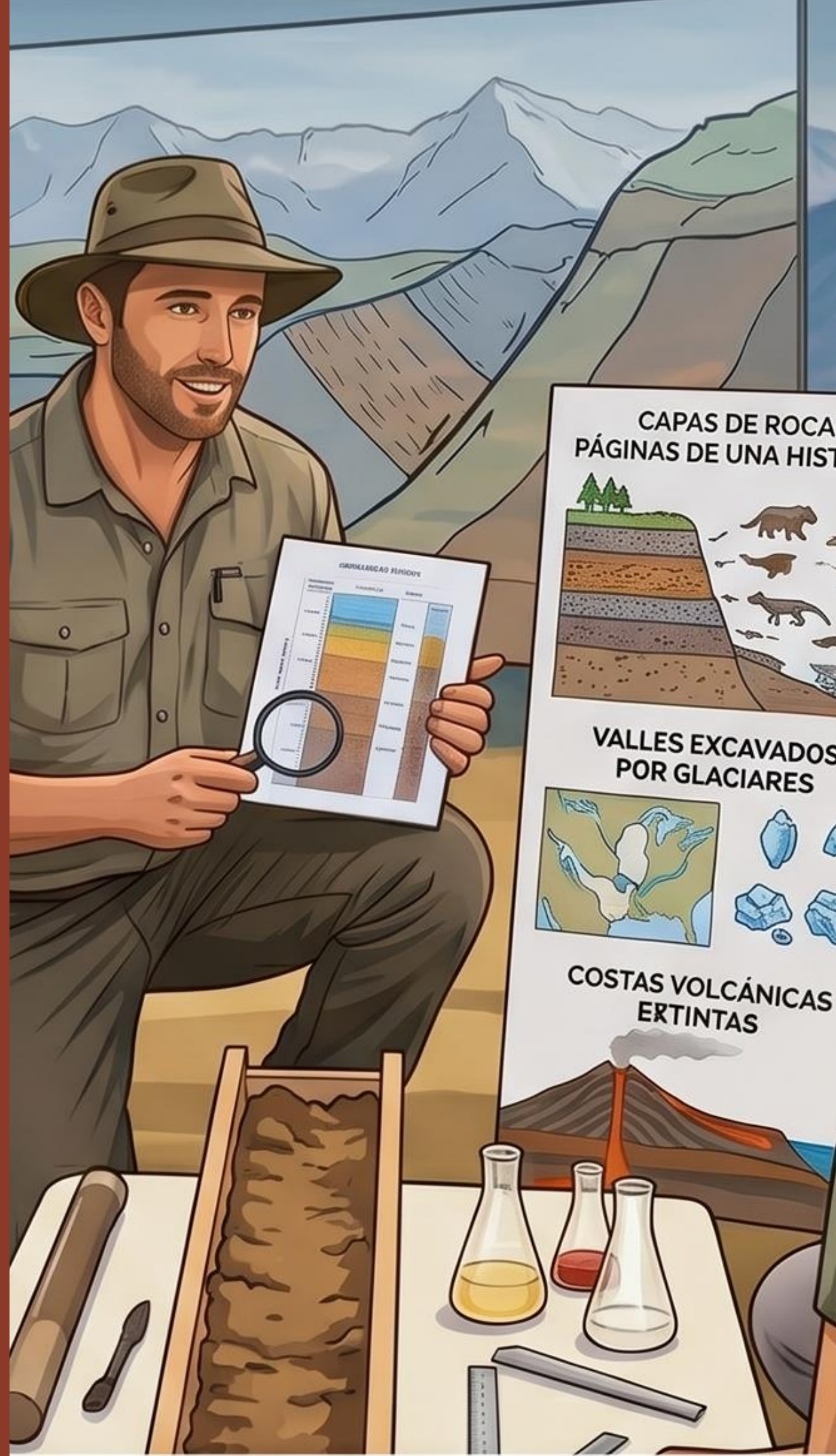
Puntos de cruce con siglos de historia: comercio, conflicto y convivencia entre dos culturas.

### Yacimientos arqueológicos

Castros, petroglifos y restos de ocupación humana que demuestran la antigüedad del poblamiento fluvial.

### Aldeas ribereñas y arquitectura tradicional

Conjuntos de arquitectura de piedra adaptada al entorno fluvial, con hórreos, eiras y embarcaciones tradicionales.



# Capítulo 05

## Sostenibilidad del Turismo Cultural

# El turismo que no se gestiona bien destruye lo que tiene que vender.

↩ Ya lo vimos en la Fase 4 del Capítulo 1 – hoy lo desarrollamos

## Los 3 riesgos

### Patrimonio

El exceso de visitantes deteriora monumentos, paisajes y elementos patrimoniales frágiles.

### Comunidad

El turismo mal gestionado genera tensiones sociales, encarece la vida local y destruye la identidad.

### Medioambiente

El aumento de visitantes genera residuos, contaminación y presión sobre el ecosistema fluvial.

## Los 3 principios

### Conservación

Los ingresos turísticos deben financiar la preservación del patrimonio, no consumirlo.

### Comunidad

Los beneficios revierten en el territorio. Proveedores, guías y protagonistas locales.

### Límites

Cada recurso tiene una capacidad de carga. Mejor anticipar que remediar.

## 05

CAPACIDAD  
DE CARGA

*El número máximo de visitantes que un recurso puede recibir sin sufrir daños.*

## Cómo gestionarla en el Miño

- Establecer límites de aforo en espacios sensibles
- Distribuir visitantes en el tiempo y el espacio
- Crear rutas alternativas para descongestionar puntos críticos
- Monitorizar el impacto de forma continua

### Ejemplos internacionales

#### Bután

Limita el número de visitantes y cobra una tarifa diaria elevada. Menos visitantes, más ingresos, sin masificación. El principio: a veces menos es más.

#### Ámsterdam

Tardó décadas en darse cuenta del daño del turismo masivo en su centro histórico. El aprendizaje para el Miño: es mejor anticipar que remediar.

*Son quienes diseñan las experiencias, seleccionan los recursos y establecen la relación entre visitantes y comunidad.*

**Su compromiso con la sostenibilidad es determinante para el futuro del destino.**

## 4 responsabilidades concretas

### 01 Conocer el patrimonio

Formarse sobre la historia, las tradiciones y los valores culturales del territorio para poder transmitirlos con rigor. No se puede interpretar lo que no se conoce.

### 02 Respetar los límites

No llevar más visitantes de los que el recurso puede soportar, aunque eso suponga renunciar a ingresos a corto plazo. La reputación se construye a largo plazo.

### 03 Colaborar con la comunidad

Integrar a los residentes como protagonistas y beneficiarios directos. No como decorado. Una bodega, un pescador, una cocinera local: son el corazón de la experiencia.

### 04 Comunicar el valor

Explicar a los visitantes por qué el patrimonio es valioso y cómo pueden contribuir a su conservación. Un visitante que entiende el territorio vuelve y lo recomienda.

# Aplicación en el Río Miño

¿Cómo pueden aplicarse estos principios en el territorio del Río Miño?



La sostenibilidad no es un objetivo final, sino un proceso continuo de evaluación y ajuste que requiere la implicación de todos los actores del territorio.

# ¿Cómo atraerlo?

*El turista cultural no llega solo. Hay que diseñar la propuesta, comunicarla bien y sostenerla con calidad.*

**2x**

más gasto que el turista medio

**70%**

valora la autenticidad

## Cuatro claves para atraer al turista cultural

### 01 Diseñar experiencias con narrativa

No busca solo ver cosas: busca entender historias. Cada experiencia necesita un relato claro, con inicio, desarrollo y cierre emocional. ¿Cuál es la historia que queréis contar sobre el Miño?

### 02 Comunicar el valor cultural

No 'venid a ver el río'. Sino 'venid a entender por qué este río ha dado forma a dos culturas durante siglos'. La comunicación debe destacar autenticidad, profundidad y singularidad.

### 03 Garantizar la calidad

Exige calidad en la interpretación, en la atención y en los productos. No es el turista más fácil, pero es el más fiel y el que más recomienda.

### 04 Crear redes de colaboración

La oferta más atractiva surge de la colaboración entre operadores, productores locales, guías e instituciones. Nadie puede ofrecer solo lo que el turista cultural busca.

# 04

## TEST DE SOSTENIBILIDAD

Capítulo 5 · 35-40 min  
*¿Es sostenible lo que hemos diseñado?*

20 min · En equipo

15 min · Presentación final

TEST DE SOSTENIBILIDAD – someted vuestra experiencia a estas 4 preguntas

### 01 ¿Cuántos visitantes puede soportar sin degradarse?

No el máximo que queréis tener – el máximo que el recurso aguanta. Poned un número y justificadlo.

### 02 ¿Quién de la comunidad se beneficia económicamente?

Listadlos. Si la lista está vacía o tiene solo un nombre, la experiencia no es sostenible.

### 03 ¿Qué pasa si viene el doble del límite fijado?

¿Qué se deteriora? ¿Quién se queja? ¿Qué se pierde? Pensad en el riesgo concreto.

### 04 ¿Qué haríais vosotros como operadores para evitarlo?

Conocer, respetar límites, colaborar, comunicar. ¿Cuál es la más difícil en vuestra empresa?

### CIERRE DE SESIÓN

*Cada persona dice una cosa concreta que va a hacer mañana en su empresa. No hace falta que sea grande.*



# Gracias

Turismo Cultural: Aplicación y Sostenibilidad · Módulo de formación · Río Miño

- 📄 **Próximos pasos:** Reflexionad sobre qué recursos culturales de vuestro entorno podéis transformar en experiencias turísticas auténticas y sostenibles. El territorio del Río Miño tiene todo lo necesario para convertirse en un referente del turismo cultural transfronterizo.



# Creación Experiencias



[www.riominho.creacionexperiencias.com](http://www.riominho.creacionexperiencias.com)



[gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com](mailto:gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com)



Tel: +34 692 43 95 19



España - Portugal

VISIT\_RIO\_MINHO\_PLUS

Cofinanciado por  
la Unión Europea  
Cofinanciado pela  
União Europeia



Universidade de Vigo

